

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----|
| Проблемы современной корпоративной прессы России. <i>Предисловие составителя</i> | 3 |
| I. Корпоративная пресса как тип СМИ | 17 |
| <i>Ковалева М. М.</i> Основные этапы развития и методы исследования корпоративной прессы | 17 |
| <i>Стровский Д. Л.</i> Типологические особенности современной корпоративной прессы | 23 |
| <i>Быков А. Ю.</i> Американская корпоративная пресса: от тра- диционного PR к корпоративной журналистике | 34 |
| <i>Молчанов В. А.</i> Значение корпоративных СМИ для про- мышленного комплекса Свердловской области | 45 |
| <i>Пономарева Т. В.</i> Корпоративная пресса промышленного города (на примере г. Первоуральска) | 49 |
| <i>Балынская Н. Р.</i> Особенности осуществления рекламной политики в корпоративных средствах массовой инфор- мации (на примере корпоративных печатных изданий г. Магнитогорска) | 57 |
| <i>Иванова Л. Д.</i> Политика продвижения корпоративных изданий | 67 |
| <i>Стровский Д. Л., Чемякин Ю. В.</i> Корпоративные СМИ и аудитория: активные формы взаимодействия | 76 |
| <i>Скобелина А. В.</i> Пресса уголовно-исполнительной системы: проблемы и возможности | 86 |
| <i>Морозова Н.</i> Возможна ли свобода творчества в корпора- тивном СМИ? | 90 |
| <i>Рябов А. В.</i> Неокорпоративность как свойство современной журналистики | 95 |
| II. Информационная и маркетинговая политика корпоративных СМИ | 102 |
| «Профессиональные корпоративные СМИ – квинтэссенция корпоративных коммуникаций» (Интервью с <i>Д. Д. Дегтя-</i> <i>ренко</i> *) | 102 |
| «Корпоративная пресса пришла в наш мир всерьез и на- долго» (интервью с <i>Д. А. Мурзиным</i>) | 111 |

* Все интервью данного сборника подготовил Ю. В. Чемякин.

| | |
|--|-----|
| Серьезная пресса серьезных предприятий (интервью с <i>Т. А. Касафаровой</i>) | 116 |
| «Есть интересы бизнеса, которые эта пресса обязана отражать» (интервью с <i>О. А. Раковичем</i>) | 120 |
| <i>Шихова Н. Ф.</i> «Здравствуй, дорогая “Знаменка”»! | 124 |
| <i>Качмашева Н. В.</i> Заводская газета для всей семьи | 135 |
| <i>Зимовская Л. Ф.</i> У газеты тоже есть душа | 143 |
| <i>Горонкова В. В.</i> Корпоративная газета в период реформирования компании | 152 |
| <i>Онохин П. А.</i> Самое предвзятое чтение (пятилетний опыт развития корпоративных средств массовой информации крупной промышленной компании) | 159 |
| «Мы делаем общее дело» (интервью с <i>Г. А. Ломакиным</i>) | 169 |
| <i>Иванченко Е. А.</i> Внутрикорпоративная информационная система как инструмент управления | 174 |
| <i>Мурзина Л. И.</i> Газета «Святогор»: от многотиражки к массовому изданию | 180 |
| <i>Сапунова Л. В.</i> Организационно-массовая работа в редакции корпоративного издания: традиции и современность | 191 |
| <i>Васильева Е. В.</i> «Челябинский трубник»: преодоление пассивности | 196 |
| <i>Лозовская Е. В.</i> Особенности информационной политики ТРК УрГУ | 200 |
| <i>Доможиров В. И.</i> Медиасайт как средство продвижения общественной организации | 206 |
| <i>Посысаева К. В.</i> Газете быть! | 212 |
| Зачем уральским судьям свой журнал? (интервью с <i>А. А. Дементьевым</i>) | 219 |
| «Газета будет неинтересная, если мы станем писать только о себе» (интервью с <i>О. С. Лобановой</i>) | 224 |
| <i>Раильченко Ю. А.</i> Как рожали газету | 228 |
| <i>Шевченко Л. К.</i> Чему и как учить сотрудников корпоративных изданий? | 232 |
| <i>Костицын А. Е.</i> Самопозиционирование корпоративных газет и газетный дизайн | 238 |
| «Мое мнение – только аутсорсинг!..» (интервью с <i>Л. Л. Кощевым</i>) | 242 |
| <i>Бабина О. М.</i> Бизнес в фокусе | 245 |
| Контакты (сведения об авторах сборника и интервьюируемых) | 252 |